

12

La iniciativa del reportero:

Convertirla en rutina

El siguiente artículo es una adaptación del escrito por Arnold Garson, director de The San Bernardino (California) Sun, para The Gannetteer, y fue incluido con permiso de la Compañía Gannett.

Lo que el reportero descubre por iniciativa propia debía ser el alma de todo diario. Iniciativa (enterprise) es el término de uso general para designar la habilidad para desentrañar noticias que no ocurrirían sin el empeño del periodista.




Ese periodismo de estudio e investigación debía ser lo nuestro. Si lo practicamos con regularidad y lo hacemos bien, podremos lograr que nuestro trabajo repercuta de veras en nuestras comunidades.

Pero para que esto sea posible, la iniciativa del reportero tiene que ser cultivada en nuestras salas de prensa; no puede ser algo que hagamos a intervalos ocasionales, sino parte de nuestra rutina diaria.

La iniciativa periodística no nace sola: los redactores jefes y todos los responsables de departamento y de cada área informativa tienen que hacerla su cometido. Todos tienen que comprender y hacer suya la premisa de que una porción significativa de los recursos del periódico - en personal y espacio - deben dedicarse a estudios e investigaciones de forma periódica.

Aquí van un par de ideas que podrían ayudar a regularizar la práctica de la iniciativa periodística o a comenzarla si no existe:

- Dedique unos pocos minutos de la reunión de noticias de cada día a hablar exclusivamente de las posibilidades de los estudios e investigaciones: proyectos a largo plazo, artículos dominicales que pudieran terminarse para la semana siguiente, o incluso trabajos con resultados más inmediatos que puedan escribirse en un día o menos en el caso de los diarios. (En la mayoría de los periódicos no se abordan ni con mucho suficientes noticias producto de la iniciativa del reportero.)
- Asigne a un miembro de la redacción o un editor para que se encar-



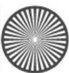






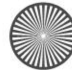








gue de las iniciativas locales con carácter rotativo. Entre otras cosas, este directivo sería el responsable de garantizar que aparezca una noticia producto de estudios o investigaciones cada día o dos veces a la semana, o al intervalo que mejor convenga al periódico de que se trate.

Una vez asumida la tarea y establecida la rutina, el mayor problema que quizás se encuentre es mantener un alto nivel de control de calidad sobre los grandes proyectos. Lamentablemente, no hay garantía ciento por ciento segura de que esto se logre, pero aquí va un puñado de reglas que quizás puedan ayudar:

1. La idea tiene que ser buena. Las buenas ideas pueden venir tanto de reporteros como de editores, pero sea selectivo: no todo proyecto es buena idea. Recuerde que una gran serie no puede salir de una idea mediocre.

2. Planifique hasta la saciedad. Trato de comenzar cada año con un plan tentativo de cuántos grandes proyectos de iniciativas abordaremos por departamento, y una lista de proyectos que podrían acometerse durante el año. Pido ideas al personal y me reúno con la redacción para acometer este plan, que está sujeto a cambios todo el año a medida que surjan nuevas ideas y cambien las condiciones. Pero la planificación intensiva fija un rumbo y ayuda a no salirse de ese carril.





3. No trate de ahorrar. Esta tarea es seria y Ud. debe estar dispuesto a dedicarle una parte de los reporteros que cubren las noticias del día, salvo en situaciones de emergencia. Puede que haya que asignar a un reportero de reserva a cubrir un recorrido. Siempre debe permitir tiempo suficiente para redactar y editar.

4. Saber cuándo merma el resultado. Sobre cualquier proyecto podemos estar reportando una eternidad. Siempre hay un documento más que revisar, una entrevista más que realizar. Pero en algún momento, el tiempo de más ya no se justifica en función del resultado que puede obtenerse.

5. Tener siempre algo en preparación. Trato de tener tres proyectos en distintas etapas de elaboración en todo momento. No espere a que un proyecto esté terminado y publicado para comenzar a pensar en el siguiente. Esto puede limitar mucho sus posibilidades.

6. Abordar los proyectos periodísticos con una actitud positiva. Siempre he sostenido que no hay proyecto imposible de lograr. Dado suficiente tiempo podemos lograr casi todo. La pregunta que se impone es: valdrá la pena el tiempo invertido en el producto que queremos obtener? Si la respuesta es afirmativa, ponga manos a la obra.

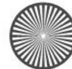
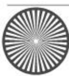
7. Controlar el tamaño. Esta es la regla más importante. El camino más cierto al fracaso en un proyecto periodístico es permitir que se salga de cauce. Ud. tiene que ser capaz de verle el fin al proyecto desde









el principio, qué forma tendrá y cómo se llega hasta ese punto. En ocasiones puede que sea necesario invertir algún tiempo de trabajo periodístico para llegar a esta etapa, pero si es imposible tener una idea clara en fecha relativamente temprana, dispóngase a reconocer las pérdidas y abandonar el proyecto.







